

назоўнікам (як *вол доўбні*, як *костка ў горле*), з прыметнікамі (як *з крыжы зняты*, як *у полі вецер*), з дзеясловамі (як *карова языком злізала*, як *май змаяваў*, як *маланкай спаліла*, як *на кані праехаць*), з прыслоўем (як *дроў*, як *дуж*, як *зайцу стоп-сігнал*) і з мадальнымі словамі (як *на бяду*, як *на грэх*, як *на злосць*). У пэўнай ступені яны выконваюць тую ж сінтаксічную функцыю, што і суадносныя з імі часціны мовы. Большая частка ўстойлівых параўнанняў адносіцца да прыслоўных фразеалагізмаў.

Паводле сінтаксічнай характарыстыкі ўстойлівыя параўнанні суадносяцца са спалучэннем слоў (як *асіна*, як *з перуна*), словазлучэннем (як *босаму разуцца*, як *гусіны пуп*) і сказам (як *ветрам здзьмула*, як *камень з плячэй зваліўся*).

Заклучэнне. Устойлівыя параўнанні, у адпаведнасці са сваімі семантычнымі, марфалагічнымі і сінтаксічнымі характарыстыкамі, уяўляюць сабой вялікі асобны пласт фразеалагічнай сістэмы беларускай мовы. Пераважная большасць даследаваных адзінак належыць да адвербіяльных кампаратыўных фразеалагізмаў. Яны даюць магчымасць больш вобразна ахарактарызаваць чалавека, адносіны да пэўных падзей і з’яў, адлюстроўваюць нацыянальныя асаблівасці светаўспрымання і светапогляду беларускага народа.

1. Лепешаў, І.Я. Фразеалогія сучаснай беларускай мовы: вучэб. дапам. для філал. фак. ВНУ / І.Я. Лепешаў. – Мінск: Вышэйшая школа, 1998. – 271 с.

2. Ляшчынская, В.А. Сучасная беларуская мова: фразеалогія: вучэб. дапам. / В.А. Ляшчынская. – Мінск: РІВШ, 2010. – 230 с.

3. Маслова, В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕКСТОВ НОВОСТЕЙ В ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

Мойсеев Т.П.

студентка 5 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Казимирова О.В., ст. преподаватель

Ежедневно большинство людей «охотно доверяют» информации, которую им преподносят средства массовой коммуникации. Поэтому зачастую человек начинает подчиняться тому, что лежит в сфере интересов воздействующей стороны. На современном этапе развития науки одной из главных задач психологов, социологов, лингвистов является попытка сориентировать читателя не стать объектом манипулирования, а также научить адресата понимать сущность убеждающего воздействия средств массовой информации.

Необходимо подчеркнуть, что проблема воздействия на адресата давно является предметом изучения многих лингвистов. Актуальность исследования коммуникативных стратегий и тактик в новостных текстах СМИ (в частности, интернет-газет) обусловлена возрастающим интересом лингвистов к дискурсу СМИ в его интернет-варианте. В современном мире СМИ являются основным источником получения информации, что обуславливает их решающую роль в формировании общественного сознания. Поэтому исследование коммуникативных стратегий и тактик, посредством которых осуществляется репрезентация событий в сетевом новостном тексте и воздействие на адресата, представляется актуальным.

Цель настоящей работы – исследовать механизмы коммуникативного воздействия в условиях англоязычных электронных СМИ.

Материал и методы. Материалом исследования являются электронные версии газет на английском языке. Интерес для исследования представляют такие газеты как “The Times”, “The Guardian”, “The Daily Telegraph”, “The Independent” и “The Daily Mirror”. В нашей работе мы используем такие методы как анализ собранной информации, обобщение полученных сведений, систематизация материала, классификация и интерпретации результатов наблюдения, описательный метод.

Результаты и их обсуждение. Анализ научной литературы по вышеуказанной проблематике позволяет заключить, что в последнее время наметилась тенденция описания коммуникативных стратегий и тактик в различных типах дискурса. Это свидетельствует о том, что уже существует определенная база, которая позволяет перейти к созданию общей типологии стратегий и выявлению особенностей реализации разных стратегий. Исследованиями коммуникативных стратегий и тактик занимались такие лингвисты как С.Н. Попова, О.С. Иссерс, Е.Г. Борисова, П.Б. Паршин, Т. А. ван Дейк и др.

В самом общем смысле речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана. Иными словами, речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели [2, с. 54].

И.Н. Борисова под коммуникативной стратегией понимает «способ организации речевого поведения в соответствии с замыслом, интенцией коммуниканта. В широком смысле коммуникативная стратегия представляет собой сверхзадачу речи, диктуемую практическими целями говорящего» [1, с. 89]. Коммуникативная стратегия реализуется совокупностью коммуникативных тактик, выступающих в качестве определенных речевых действий, направленных на реализацию коммуникативной стратегии [1, с. 110].

О.С. Иссерс отмечает, что стратегия речевого поведения охватывает всю сферу построения процесса коммуникации, когда ставится целью достижение определенных долговременных результатов [2, с. 54].

Необходимо подчеркнуть, что в современной лингвистике отсутствует единая классификация способов речевого воздействия, так как данное определение используется учеными с позиций различных лингвистических подходов. Так, например, И. А. Стернин определяет речевое воздействие как воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели» [3, с. 54].

Предварительный анализ материала показывает, что наиболее употребительными стратегиями воздействия в англоязычном медийном дискурсе являются стратегии *убеждения* и *аргументации*. Так, О.С. Иссерс отмечает, что Г. Д. Левин под стратегией убеждения понимает коммуникативный процесс, в ходе которого убеждающий (адресант, держатель тезиса) передает адресату социальную информацию и стремится породить у него веру в ее правильность. [2, с. 73].

Следует указать на то, что убеждение как процесс и убеждение как результат не соотносятся однозначно: убеждают не только в правильности социальных принципов, но и в реальности социальных фактов. Убеждение невозможно породить демонстративным доказательством, но его можно «подкрепить» или «ослабить». Приведем некоторые примеры стратегии *убеждения*:

- *Vulnerable people are still at risk, says father of man who died in custody* (Ранимые люди все еще находятся под угрозой, говорит отец человека, который умер в тюрьме) (The Times)
- *Japan should consider nuclear weapons to counter North Korea threat, says former minister* (Япония должна рассмотреть вопрос о ядерном оружии, чтобы противостоять угрозе со стороны Северной Кореи, говорит бывший министр) (The Times)

Еще одной широко употребляемой стратегией является *аргументация*. Аргументацию можно рассматривать как одну из инструментов речевого воздействия. Она представляет собой сложное образование, включающее тезис и связанные с ним аргументы. В основном задачей аргументации служит изменение модели мира адресата таким образом, чтобы повлиять на процесс принятия им решений. Приведем ряд примеров стратегии *аргументации*:

- *As Luke Green, of Hill Dickinson, observes: "Parents are more litigious than ever. They see themselves as customers of the education system and they are prepared to challenge the authorities and fight them through the courts if need be." The landmark example of this came in the spring when Jon Platt, challenged a £120 fine for taking his daughter out of her primary school for a term-time holiday* (Как отмечает Люк Грин из Хилла Дикинсона, «Родители стали более жестоки, чем когда-либо. Они считают себя клиентами системы образования и готовы оспаривать политику властей и бороться с ними через суды, если это необходимо». Примером этого стало событие, произошедшее весной, когда Джон Платт, опровергал наложение штрафа в размере 120 фунтов стерлингов за то, что он забрал свою дочь из начальной школы на время отпуска) (The Guardian).
- *The problems are, of course, rising inequality, growth in GDP per head of 12 per cent that hasn't been shared, with real wages falling. The yawning gap between the north and the south has only got wider.* (Конечно, проблемы состоят в том, что рост неравенства, рост ВВП на душу населения составляет 12 процентов, который не был распределен, при этом реальная заработная плата падает. Огромная пропасть между севером и югом только расширилась) (The Independent).

Заключение. Таким образом, совокупность всех стратегий представленных в сетевом новостном тексте обеспечивает формирование особой коммуникативной среды – умело созданно-

го контекста, заключающегося в искусном построении логической аргументации и убеждения в рамках речевого манипулирования сознанием реципиента.

1. Борисова, И. Н. Категория цели и аспекты текстового анализа / И. Н. Борисова // Жанры речи. – Саратов, 1999. – 198 с.
2. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс // Изд. 5-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
3. Стернин, И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин // Воронеж: Полиграф, 2001. – 178 с.
4. The Times [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thetimes.co.uk/d> – Дата доступа: 02.09.2017.
5. The Guardian [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/> – Дата доступа: 02.09.2017.
6. The Independent [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.independent.co.uk/> – Дата доступа: 02.09.2017.

СТУПЕНІ ПРАЎДЗІВАСЦІ ФАКТА Ў ДАКУМЕНТАЛЬНА-МАСТАЦКАЙ І АЎТАБІАГРАФІчнай ПЛЫНЯХ НОН-ФІКШН

Новік Г.Ю.

аспірант Інстытута літаратуразнаўства імя Я. Купалы НАН РБ,

г. Мінск, Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік – Кісліцына Г.М., доктар філал. навук

Дакументальная проза, ці нон-фікшн, – гэта літаратура, у аснову якой пакладзены факты з рэальнага жыцця. У яе аўтабіяграфічнай і дакументальна-мастацкай плынях трансфармацыя фактаў у паўнаватарныя мастацкія вобразы мае нестатычны характар і ажыццяўляецца рознымі шляхамі. Іх дыферэнцыяцыя выступае важнай умовай для выяўлення ў дакументалістыцы ўнутранай дынамікі, якая дэтэрмінуе ўстойлівасць цікавасці да гэтага тыпу літаратуры на працягу стагоддзяў.

Мэта даследавання – паказаць абумоўленасць ступені праўдзівасці факта прыналежнасцю твора да той ці іншай плыні нон-фікшн.

Метады і матэрыял. Найбольш мэтазгодным з’яўляецца даследаванне дзённікаў, мемуараў, тавелогоў, белетрызаваных біяграфій, мастацкай крытыкі мяжы ХХ–ХХІ стагоддзяў пры дапамозе параўнальнага і структурна-аналітычнага метадаў.

Вынікі і іх абмеркаванне. Нягледзячы на тое, што дакумент з’яўляецца важнай умовай існавання дакументальнага твора, у тэкстах нон-фікшн ён трапляе пад пэўныя трансфармацыі, абумоўленыя аўтарскім бачаннем. Тэкст, такім чынам, “захоўвае звязку з дакументам, але страціў ілюзію рэальнасці: дакумент больш не з’яўляецца сведчаннем праўдзівасці і рэалістычнасці, яго канструктыўнасць адкрытая для самога аўтара, які ўсведамляе, што ўсялякі тэкст не можа апынуцца проста фіксацыяй, а непазбежным афармленнем, адпаведна, змяненнем” [1], – слухна адзначае А. Цесля. Меркаваная праўдзівасць у прозе з дамінантным дакументальным пачаткам замяшчаецца ўстаноўкай на праўдзівасць, якая выяўляецца пазнамай ў кожнай з плыняў нон-фікшн.

Так, дакументальна-мастацкія тэксты, хоць і валодаюць большай ступенню аб’ектыўнасці дзякуючы ўгрунтаванасці на дакуменце, прылежаць перадусім эстэтычнай сферы. Паводле сцвярджэння Ж. Жакара, “адзіная рэальная рэч у творы мастацтва – гэта сам твор мастацтва” [2], што сведчыць пра адноснасць стасункаў тых ці іншых спосабаў спазнання рэчаіснасці з самой рэчаіснасцю. Напрыклад, фактаграфічнасць у творах “Жанчыны ў жыцці Уладзіміра Караткевіча” Д. Марціновіча і “След матылька. Освальд у Мінску” А. Лукашука значна трансфармаваная за кошт гіпатэтычнасці аўтарскіх суджэнняў, а навуковы вектар мастацкай крытыкі (“Адлюстраванне першатвора” П. Васючэнкі, “Blonde attack” Г. Кісліцынай) ускладнены дзякуючы звароту аўтараў да эсэізму.

Аўтабіяграфічная плынь дзякуючы сваёй спецыфіцы яшчэ ў большай ступені залежная ад суб’ектыўных уплываў. Паводле сведчання Л. Гінзбург, “фермент «недакладнасці» закладзены ў самім жанры. Супасці цалкам у розных мемуарыстаў можа толькі чыстая інфармацыя (імёны, даты і да т.п.); за гэтымі межамі пачынаецца ўжо выбар, ацэнка, пункт гледжання” [3, с. 56]. Пераасэнсаванне і творчая інтэрпрэтацыя матэрыялу адбываецца збольшага праз анталогічную няздольнасць чалавека бачыць пэўную сітуацыю з усіх магчымых бакоў. Адсюль – палемічнасць асобных твораў (“Як яно было і як успомнілася” А. Каўруса і “Мой шыбалет” П. Садоўскага). Акрамя гэтага, недакладнасці ў адлюстраванні фактаў могуць быць абумоўлены спецыфікай чалавечай памяці – пры наяўнасці адлегласці паміж часам, у якім адбыліся важныя для аўтара падзеі, і часам, калі яны былі занатаваныя – і псіхалагічнай матывацыі (патрэба зафіксаваць значную падзею, самапрэзентацыя, апеляцыя да правільнага